

강력한 브랜드는 존재감·관계·신념·몰입이 필요하다



박성천 기자가
추천하는 책

브랜드 기획자의 시선

양봉내음·권병욱 지음

브랜딩이라는 말이 유행하고 있다. 물론 업종에는 브랜딩이라는 사업은 없다. 그러나 “브랜딩이란 멋진 디자인을 하거나 이름을 붙이는 일, 콘셉트라는 거창한 무언가로 제품이나 서비스를 포장하고 차별화하는 일”이라고 할 수 있다.

소득의 증가는 소비 패턴에 영향을 미친다. 1만 달러 시대에는 의식주 생존의 소비가, 2만 달러 시대에는 유명 브랜드에 대한 소비가 늘어난다. 반면 3만 달러 시대에는 문화 소비가 증가하는 게 보편적 양상이다.

즉 생활의 필요에 따른 품질이 좋은 제품을 소비하다가 여유가 생기면 남들이 부러워하는 것을 소비한다. 그 다음 단계는 문화와 예술을 비롯해 “영혼과 감각을 윤택하게 하는, 최상위 단계의 욕구를 충족시키는 소비”를 하게 된다는 의미다.

이런 양상은 MZ세대의 소비에서도 드러난다. 이 세대는 브랜드보다 ‘가치’를 소비하는 경향이 짙



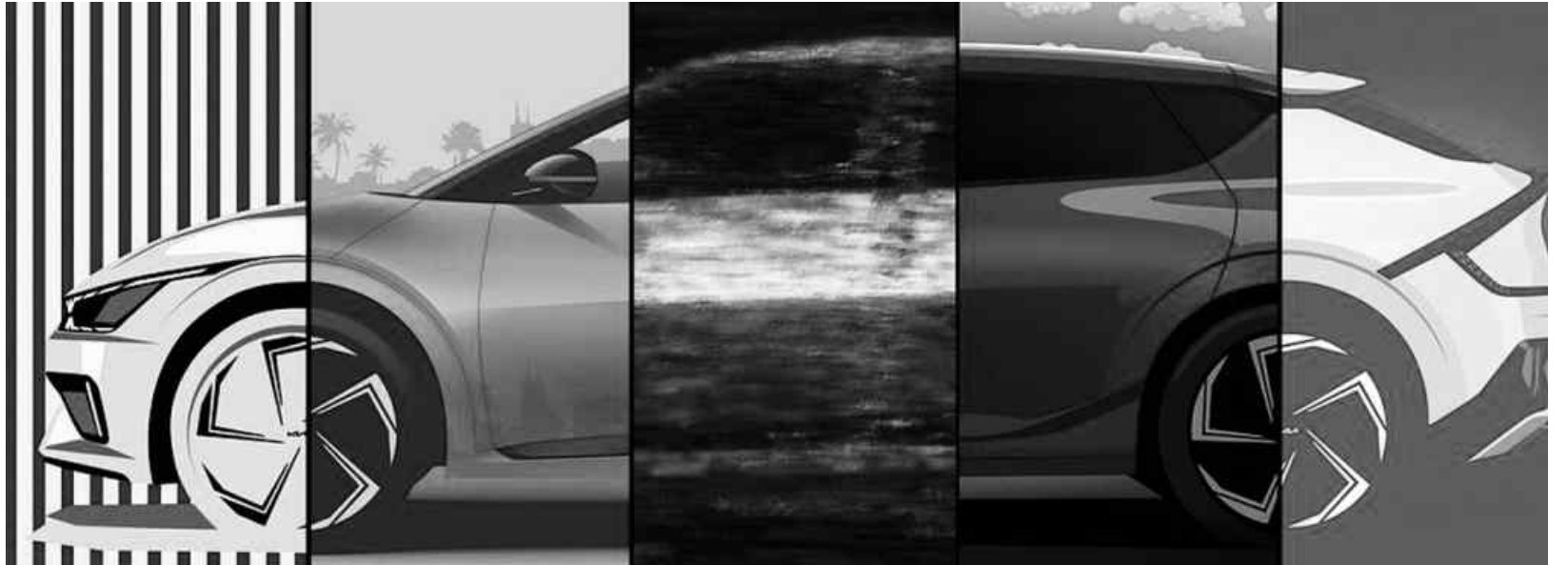
다. 여기에서의 가치는 ‘소비자의 관점’을 토대로 하며 “브랜드 이름이나 메시지”와 같은 브랜드 요소’에도 담겨 있기 마련이다.

오늘의 시대 브랜딩을 재해석하고 재구성한 책이 발간됐다. 국내 최고 브랜드 기획자들의 경험을 집대성한 ‘브랜드 기획자의 시선’은 브랜딩 실무자가 알아야 할 모든 것을 담고 있다.

글로벌 브랜드 컨설팅 그룹인 인터브랜드의 버벌컨설팅 총괄까지 브랜딩에 집중한 커리어를 쌓아온 양봉내음과 인터브랜드 전략컨설팅 부서를 총괄하며 삼성전자, 카카오페이 등 기업들의 브랜딩 프로젝트를 수행했던 권병욱이 공동 저자로 참여했다.

그렇다면 브랜드와 브랜딩은 어떻게 다를까. 원래 브랜드는 동물의 피부에 소유자를 표시하기 위해 찍은 마크를 뜻했다. 산업시대에는 제품의 미했는 데 흔히 말하는 메이커를 표시하는 것이었다. 브랜드 본질은 ‘다른 브랜드와 구별되는 우리 제품만의 이름 혹은 로고’를 말한다. 브랜딩은 “차별화되는 정체성이나 브랜드 네임, 브랜드 로고를 만드는 일”로 정의될 수 있다.

저자들은 이렇게도 표현한다. “브랜드는 사람들 마음속의 꿈을 표현하는 것, 나 자신을 표현하는 것. 브랜드 콘셉트는 꽃을 피우기 위한 씨앗을 심는



브랜드 본질은 ‘다른 브랜드와 구별되는 제품만의 이름 혹은 로고’를 말한다. 사진은 국내 자동차 브랜드 최초 발행된 NFT.

〈현대자동차 그룹 홈페이지〉

것”이라고.

무엇보다 중요한 것은 비즈니스를 브랜드의 관점에서 바라보는 일이다. 이 과정에서 중요한 키워드가 ‘가치’와 ‘관계’다. 브랜드에 있어 가치는 ‘보통 브랜드 콘셉트 혹은 아이덴티티로 정의되는 데 얼마나 멋진 가치가 담겼느냐보다는 소비자들의 그 가치를 경험할 수 있느냐가 더 중요’하다.

소비자와의 관계 부분을 설명하면서 저자는 스타벅스를 예로 든다 오래 전 여행을 하다 길을 잃었지만 낮익은 사인을 향해 걸었는데 바로 스타벅스였다. 그곳에서 그는 브랜드의 강력함을 온몸으로

느꼈다. 익숙한 메뉴판, 기대했던 커피 향과 맛은 낮은 곳에서의 불편함을 씻어주는 기제였다.

브랜드의 지향점은 브랜드 콘셉트, 브랜드 가치 제안과도 밀접한 관련을 맺고 있다. 브랜드가 가진 생각을 뜻하는 표현이 ‘브랜드 콘셉트’다. 브랜드 가치 제안은 브랜드 특정한 개념은 소비자를 향한 가져야 한다는 것이다.

또한 브랜드가 사람들과 긍정적인 관계를 형성한다는 것은 무엇을 말할까. 관계는 상호간의 의미를 전제로 한다. ‘나와 상관없는 무언가가 있다는 뜻이며 나와 어떤 것을 공유할 때’ 생겨난다.

“제품·서비스가 아닌 브랜드가 된다는 것은 소비자가 그 제품·서비스를 구매하고 사용하는 순간을 넘어 소비자가 아닌 일상에서의 한 사람으로 지내는 모든 순간에까지 영향을 미친다”는 것을 뜻한다.

브랜드도 위기를 맞기도 한다. 그러나 위기를 극복한 브랜드는 자산을 더욱 공고히 하고 넓은 활로를 확보하게 된다. 강력한 브랜드가 되기 위해선 존재감, 관계, 신념, 몰입이 필요하다.

〈유엑스리뷰·2만3000원〉

/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

마지막 이야기 전달자

도나 바르바 이케라 지음, 김선희 옮김

2022년 뉴베리 대상, 타임지 올해 최고의 책, 보스턴 글로브 올해 최고의 책, 뉴욕공공도서관 올해 최고의 책...

올해 100주년을 맞는 뉴베리상의 대상을 수상한 ‘마지막 이야기 전달자’는 독자들로부터 큰 호응을 얻었다. 수상 내역만 봐도 관심을 끌 만큼 어떤 내용의 작품인지 호기심이 있다. 자신의 경험과 민속학을 가미해 상상력이 넘치는 글을 써온 도나 바르바 이케라의 ‘마지막 이야기 전달자’는 제목부터 흡입력이 있다.

서사의 전개가 자못 흥미롭다. 때는 2442년. 페트라라는 세이건이라는 새로운 행성에 착륙한 우주선에서 일어난다. 눈을 떴지만 그의 곁에는 부모님이 없다. 콜렉티브라는 인간이 긴 여정의 시간 동안 우주선을 장악해 사람들의 기억을 죄다 지워버린 탓이다. 콜렉티브는 자기 나름의 확신에 찬 인물이다. 즉 그는 ‘사람 간의 일치가 평등한 세상을 만들고 인류의 죄를 종식시킬 수 있다’고 단언하는 자다.

우주선에 탄 이들은 기억이 증발한 관계로 자신이 누구인지 알지 못한다. 이들은 단지 콜렉티브가 각자에게 부여한 임무를 수행하는 제타 1, 제타 2 등으로 불리며 존재할 뿐이다.

그 가운데 페트라라는 식물학과 지질학 전문가 제타 1을 연기하며 우주선 여정에 있을 가족을 찾겠다는 희망을 버리지 않는다. 그러나 그러한 기대가 허망한 불거품이 되고 만다. 콜렉티브에 의해 부모님이 모두 살해됐다는 사실을 알게 된 것이다.

소설은 유일하게 과거를 기억하는 페트라를 통해 인간의 조건을 묻는다. 콜렉티브로 대변되는 독재자는 모든 것이 하나로 일지된 평등한 세상을 구현하고자 한다. 앞으로 이들의 운명은 어떻게 될까.

〈위즈덤하우스·1만8000원〉

/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr



남한산성을 걷다

유건식 지음

지난 5월에 끝난 jtbc 드라마 ‘나의 해방 일지’는 화제성 만한 대사로 이목을 끌었다. 예를 들어보면 다음과 같다. “견딜 수 없이 촌스러운 삼남매의 견딜 수 없이 사랑스러운 행복 소생기”에서 각자가 추구하는 해방은 타인을 사랑하고 자신을 사랑하며 삶의 목표를 찾는 모습에 초점을 뒀다.

갑작스러운 드라마의 ‘나의 해방 일지’를 인용하는 것은 누군가에게 해방 일지는 오늘을 사는 하나의 방식일 것 같다는 생각 때문이다. KBS 공영미디어연구소장 유건식 소장에게 해방은 ‘매주 남한산성에 오르는 루틴’이라 할 수 있다.

“걷는 자체로 즐겁고, 걸을 수 있어 감사하고, 걸어서 몸과 정신의 건강을 유지하고, 걸으면서 상념을 정리하고, 걸다보면 자연스럽게 인사이트도 얻게 되고, 이를 통해 타인과 소통할 수 있었기 때문이다.”

유 소장이 펴낸 ‘남한산성을 걷다’는 3년 간 남한산성을 오르며 느낀 단상과 남한산성에 관한 다양한 정보를 담고 있다. 남한산성을 한 바퀴 돌고 오는 거리가 15km로 4시간 조금 넘게 걸린다. 저자에 따르면 이곳을 걸으면 일주일간의 스트레스를 날리고 새로운 한 주를 맞는 기쁨 받는다.

남한산성은 통일신라 문무왕 때 지은 자장성(672)의 옛터를 활용해 조선 인조 4년(1624)에 구축됐다. 바깥쪽은 경사가 급하고 안쪽은 완만해 방어는 쉽고 공격은 어렵다. 이런 연유로 청타이지가 병자호란 때 난공불락의 성으로 인정했다.

책에는 남한산성 축성법을 비롯해, 탐방로, 옛길에 관한 내용이 실려 있다. 또한 동문인 좌익문, 서문인 우익문, 남문인 지화문, 북문인 전승문 외에도 행궁, 수어장대, 청량당 등 곳곳의 건물에 대한 내력도 만날 수 있다.

〈형설출판사·2만원〉

/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr



치매의 거의 모든 기록

웬디 미첼 외 지음, 조진경 옮김

인간의 한계를 증명하는 질병 ‘치매’. 누군가는 치매에 걸리면 ‘자식도 알아보지 못할 것’이라며 혀를 찬다. 그래서일까, 치매에 걸리면 꼭 삶이 사라질 것만 같다. 치매를 판정받는 순간부터 자의는 없고 타의의 삶을 살게 될 것 같아 그 단어만으로도 지레 겁을 먹게 된다.

책 ‘치매의 거의 모든 기록’은 이 모든 사고방식을, 어쩌면 사회 통념을 통째로 뒤집는다. 20년 동안 영국국민의료보험에서 비임상팀 팀장으로 일해왔던 저자 웬디 미첼은 58세라는 젊은 나이에 치매를 판정받는다. 저자는 치매 환자로 살아가는 자신의 삶의 가치관을 설명하며 “치매에 걸렸다고 해서 인간적 삶을 멈출 필요 없다”고 독자들을 설득한다. 실제로 저자는 진단 이후에도 알츠하이머병협회 홍보대사, 브래드포드대학교 명예박사학위를 수여 받는 등 열정적으로 삶을 일과하고 있다.

우리는 지금까지 치매가 ‘리프레쉬’를 불러 일으킨다는 생각을 해본적 있는가. 책을 읽다보면 치매를 겪으면서도 작은 것에서부터 즐거움을 찾는 저자의 삶의 태도를 배울 수 있다.

“대부분의 사람들은 나이가 들면서 내가 가진 것이 아니라 내게 없는 것에 집중합니다. 하지만 치매 환자는 지금 당장의 순간에만 집중하죠. 매일 새로운 삶이 시작되므로 다시 시작할 수 있고 사용하는 언어와 여주 등 삶의 방식을 바꿀 기회를 얻게 됩니다.”

내 가족이, 내 친구가 당장 치매에 걸린다면 우리 무엇을 할 수 있을까. 그들의 손과 발이 되어주고 매 순간을 각인시키고 설명하는 것도 좋지만 어둠이 내려앉은 밤, 조용히 곁에 앉아 책을 읽어주며 다독이는 것도 하나의 방법이 될 것 같다. 〈문예춘추사·1만6000원〉

/김다민 기자 kdi@kwangju.co.kr



귀할수록 전문 브랜드 비타민하우스

45 북위 45도 이상
흑한에서

15 15년을 자란
차가버섯을 엄선

12 12배 고농축으로
영양을 꽉 채운

시베리안
차가버섯



비타민하우스 전속모델 서경석